

**KARATERISTIK TINDAK TUTUR PEMAKAIAAN SLOGAN IKLAN  
PARTAI HANURA TAHUN 2012/2013 DALAM KAJIAN PRAGMATIK**

**NASKAH PUBLIKASI**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Guna Mencapai Derajat

Sarjana S-1

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia



Disusun Oleh:

ROBET KARNANTO

A 310 090 018

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2014**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jl. A. Yani Tromol Pos 1-Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417, Fax:  
715448 Surakarta 57102  
Website: <http://www.ums.ac.id> Email: [ums@ums.ac.id](mailto:ums@ums.ac.id)

---

**Surat Persetujuan Artikel Publikasi Ilmiah**

Yang bertanda tangan di bawah ini pembimbing skripsi/tugas akhir:

Nama : Prof. Dr. H. Abdul Ngalim, M.M, M.Hum

NIP : 130811578

Telah membaca dan mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi (tugas akhir) dari mahasiswa:

Nama : Robet Karnanto

NIM : A 310 090 018

Program Studi : Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia, dan Daerah

Judul Skripsi : **KARAKTERISTIK TINDAK TUTUR PEMAKAIAN SLOGAN  
IKLAN PARTAI HANURA TAHUN 2012/2013 DALAM KAJIAN  
PRAGMATIK**

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan.

Demikian persetujuan dibuat, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Surakarta, 22 April 2014

**Pembimbing,**

**Prof. Dr. H. Abdul Ngalim, M.M, M.Hum**  
NIP. 130811578

## **SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Bismillaahirrohmaanirrohim Yang bertanda tangan di bawah ini, saya

1. Nama : Robet Karnanto
2. NIM : A 310 090 018
3. Fakultas/Jurusan : KIP/ PBSID
4. Jenis : Skripsi
5. Judul : KARAKTERISTIK TINDAK TUTUR PEMAKAIAN  
SLOGAN IKLAN PARTAI HANURA TAHUN  
2012/2013 DALAM KAJIAN PRAGMATIK

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak bebas royalti kepada Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta atas penulisan karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan/ mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data database, mendistribusikan serta menampilkannya dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 22 April 2014

Yang Menyatakan



Robet Karnanto

## ABSTRAK

### **KARATERISTIK TINDAK TUTUR PEMAKAIAAN SLOGAN IKLAN PARTAI HANURA TAHUN 2012/2013 DALAM KAJIAN PRAGMATIK**

Robet Karnanto, A310090018, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra  
Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah  
Surakarta.

Jl. A. Yani Pabelan Kartasura Tromol Pos 1 Surakarta 57102,  
Telp. (0271) 717417, Fax. (0271) 715448.  
[Robetkarnanto@gmail.com](mailto:Robetkarnanto@gmail.com)

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan: (1) karakteristik tindak tutur slogan iklan Partai Hanura Tahun 2012/2013 dalam kajian pragmatik, (2) faktor-faktor yang mempengaruhi bahasa iklan kampanye Partai Hanura Tahun 2012/2013. Objek penelitian dalam skripsi ini berupa slogan-slogan iklan Partai Hanura Tahun 2012/2013. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode simak dan dokumentasi dengan lanjutan teknik catat yaitu dengan mencari data kemudian mencatat penggunaan tindak tutur yang terdapat pada slogan iklan Partai Hanura Tahun 2012/2013. Kemudian penggunaan teknik dokumentasi dengan cara memotret spanduk, gambar atau poster yang ada di jalan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode agih dengan teknik bagi unsur langsung. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa (1) Berdasarkan karakteristik tindak tutur pemakaian slogan iklan Partai Hanura Tahun 2012/2013, ditemukan tiga jenis karakteristik tindak tutur berupa pernyataan atau kalimat berita (*deklaratif*), pertanyaan (*introgatif*), dan tindak tutur perintah (*imperatif*) (2) Adapun faktor yang mempengaruhi tindak tutur slogan iklan Partai Hanura Tahun 2012/2013 terdapat 4 faktor, faktor budaya, Sosial, Agama, dan Politik.

Kata Kunci: *kajian, pragmatic, iklan, partai*

#### **A. LATAR BELAKANG**

Bahasa memiliki peran penting bagi kehidupan manusia kiranya tidak perlu diragukan lagi. Bahasa tidak hanya dipergunakan dalam kehidupan sehari-hari. Tetapi bahasa juga diperlukan untuk menjalankan segala aktivitas hidup manusia. Seperti penelitian, penyuluhan, pemberitaan bahkan untuk menyampaikan pikiran, pandangan serta perasaan. Bidang-bidang seperti ilmu

pengetahuan, hukum, kedokteran, politik, pendidikan rupanya juga memerlukan peran bahasa. Karena hanya dengan bahasa manusia mampu mengkomunikasikan segala hal. Bahasa mungkin bukan satu-satunya alat komunikasi manusia, selain dikenal isyarat, aneka simbol, kode, bunyi, semua itu akan bermakna setelah diterjemahkan ke dalam bahasa manusia.

Chaer (2006:1) berpendapat bahwa bahasa merupakan salah satu alat komunikasi baik secara lisan maupun tertulis. Bahasa adalah suatu sistem lambang berupa bunyi, bersifat arbitrer, digunakan oleh suatu masyarakat tutur untuk bekerja sama, komunikasi, dan mengidentifikasi diri. Bahasa merupakan unsur yang penting dalam kehidupan manusia. Fungsi bahasa sebagai alat komunikasi, baik secara individu atau kelompok. Komunikasi ini dapat terjadi apabila ada proses interaksi antar manusia dalam kehidupan masyarakat. Melalui bahasa, manusia dapat memperoleh informasi dari sesamanya secara sempurna. Bahasa dibentuk oleh kaidah aturan serta pola yang tidak boleh dilanggar agar tidak menyebabkan gangguan komunikasi yang terjadi.

Bahasa yang digunakan elite politik menebarkan kebohongan dan memutarbalikkan fakta sehingga dapat menimbulkan keresahan masyarakat yang bisa menyebabkan terjadinya konflik. Kata-kata memiliki kekuatan yang dahsyat untuk mempengaruhi. Politisi diharapkan mampu berkomunikasi secara lancar kepada berbagai pihak di masyarakat luas. Mereka diharapkan dapat mengkomunikasikan gagasan dan pemikiran mereka secara jelas. Mereka juga diharapkan dapat menanggapi serta memberi respon yang baik terhadap segala masukan, kritik, dan sanggahan terhadap pemikiran maupun kinerja mereka. Mereka juga diharapkan dapat mengungkapkan gagasan mereka dengan sopan dan tidak melukai perasaan mitra tuturnya.

Iklan merupakan pemberian kepada khalayak yang menggunakan bahasa sebagai alat komunikasinya. Bahasa sebagai alat komunikasi dalam iklan yang sangat penting dan juga apabila didukung dengan gambar-gambar yang menarik, maka iklan tersebut bisa menarik perhatian pembaca. Bagi penutur, sebuah iklan dikatakan bisa berhasil menyedot perhatian khalayak apabila menggunakan bahasa-bahasa yang menarik, kalimatnya mudah

dipahami serta terdapat ilustrasi gambar. Dalam sebuah iklan mereka mengombar- ombar janji politik yang penuh kebohongan kepada rakyat agar mau memilih mereka menjadi calon presiden di Indonesia. Salah satu contoh slogan- slogan terdapat pada Data 1: *“Jangan bohongi hati nurani pilih yang mantab,berani,jujur dan amanah”*, *“Hanura tak kan khianat hidup mati bersama rakyat”*, *“saatnya hati nurani bicara”*. dan sebagainya.

Partai Hanura adalah partai politik yang di rintis oleh Wiranto bersama tokoh – tokoh nasional yang menggelar pertemuan di Jakarta pada tanggal 13-14 November 2006 ([www.hanura.com](http://www.hanura.com)). Partai Hanura merupakan singkatan dari Partai Hati Nurani Rakyat adalah Partai rakyat yang bertekad memperjuangkan kemakmuran dan keadilan di segala bidang. Dalam kegiatan kampanye Partai Hanura tersebut merupakan proses menyampaikan pesan-pesan politik yang salah satu fungsinya memberikan pendidikan politik bagi kaum masyarakat. Setiap partai politik selalu berusaha menemukan cara-cara paling efektif untuk merekrut massa sebanyak-banyaknya. Salah satu cara Partai Hanura untuk merekrut massa tersebut adalah melalui pesan-pesan politik dari para kandidat. Pesan-pesan tersebut semakin bervariasi baik bentuknya maupun media yang digunakan. Media iklanlah yang paling banyak dipilih oleh para kandidat. Media iklan tersebut diantaranya media cetak, media elektronik, dan media luar ruang seperti baliho, spanduk, poster, dll. Cara memperkenalkan figur tersebut melalui berbagai atribut kampanye yang dianggap sebagai simbol representasi caleg dengan menggunakan kata-kata atau gambar yang unik untuk menarik perhatian masyarakat.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka peneliti akan meneliti: *“Karakteristik Tindak Tutur Pemakaian Slogan Iklan Partai Hanura Tahun 2012/2013 dalam Kajian Pragmatik”*.

## **B. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, dan lain-lain dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan metode alamiah (Moleong, 2008: 6).

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus tunggal terpancang. Sutopo (2006: 139) menyatakan bahwa studi kasus tunggal terpancang adalah strategi penelitian yang sudah terarah pada batasan tertentu yang dijadikan sasaran dalam penelitian. Penelitian akan mendeskripsikan secara sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta yang sedang diteliti. Data yang ada berupa iklan spanduk partai politik. Strategi tunggal digunakan dalam penelitian ini karena masalah yang dikaji hanya satu yaitu karakteristik tindak tutur pemakain slogan iklan partai hanura tahun 2012/2013.

Data dalam penelitian ini berupa slogan-slogan iklan Partai Hanura yang terdapat di pinggir jalan, televise, dan juga di internet. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah berupa slogan-slogan iklan Partai Hanura Tahun 2012/2013 yang terdapat di sepanjang jalan, televise, dan di internet, sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa berbagai pustaka yang relevan dengan objek dan tujuan penelitian. Seperti penelitian-penelitian terdahulu yang sudah dilakukan atau penelitian yang relevan dengan penelitian ini.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi dan teknik catat. Teknik catat merupakan pencatatan terhadap data dilanjutkan dengan klasifikasi data dengan alat tulis. Data yang diperoleh dalam bentuk tulisan maka harus dibaca serta hal-hal yang penting dicatat dengan maksud untuk mencari data yang relevan dan sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Dalam hal ini pengumpulan data yang

dilakukan dengan mencatat data iklan Partai Hanura Tahun 2012/2013 yang terdapat di sepanjang jalan, di televisi, dan juga di internet.

Dalam penelitian ini pembahasan menggunakan metode agih. Metode agih adalah metode yang alat penentunya justru bagian dari bahasa yang bersangkutan itu sendiri (Sudaryanto, 1993 : 15). Teknik yang digunakan teknik bagi unsur langsung. Teknik bagi unsur langsung ialah teknik dasar metode agih yang kerjanya dengan cara membagi satuan lingual yang datanya menjadi beberapa bagian, bagian yang bersangkutan dipandang sebagai bagian yang langsung membentuk satuan lingual yang dimaksud. Teknik ini digunakan untuk mengklasifikasikan data yang diperoleh berupa iklan Partai Hanura Tahun 2012/2013.

### **C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Langkah selanjutnya setelah data dalam penelitian ini terkumpul adalah melakukan analisis data dengan teknik catat, yang penyediaan datanya dengan cara mencatat hal-hal yang dibutuhkan secara apa adanya. Sumber tertulis yang digunakan dalam proses menganalisis adalah slogan-slogan iklan Partai Hanura Tahun 2012/2013 yang terdapat di pinggir jalan, iklan di televisi, dan juga di internet yang dalam penelitian ini ditemukan 30 data. Analisis data dilakukan berdasarkan rumusan masalah yang telah diungkapkan sebelumnya, yaitu bagaimana karakteristik tindak tutur pemakaian slogan iklan Partai Hanura Tahun 2012/2013, dan juga faktor apa saja yang mempengaruhi bahasa iklan Partai Hanura. Adapun datanya sebagai berikut.

#### **1. Karakteristik Wujud Bahasa yang digunakan dalam iklan kampanye pada Partai Hanura 2012/2013**

Karakteristik bahasa bersifat arbitrer, produktif, dinamis dan beragam. Bahasa bersifat arbitrer. Mempunyai arti hubungan antara lambang dengan yang dilambangkan tidak dapat dijelaskan mengapa lambang tersebut



mengonsepi makna tertentu. Bahasa bersifat dinamis berarti bahwa bahasa itu tidak lepas dari berbagai kemungkinan pada perubahan sewaktu-waktu. Sebagai penunjuk eksistensi dirinya para politikus mempunyai ciri khas tertentu. Maksud dan tujuan pengiklanan (O1) dalam berkomunikasi dengan penonton (O2) akan sangat menentukan tindak tutur yang harus digunakan oleh pengiklanan (O1) untuk menyampaikan pesannya kepada penonton atau pendengar (O2).

Untuk mengetahui karakteristiknya dapat dilihat dari suatu wujud bahasa. Pembahasan yang berhubungan dengan wujud bahasa yang digunakan dalam iklan kampanye pada Partai Hanura dalam penelitian ini dibedakan menjadi tiga (1) Wujud Bahasa yang berupa pernyataan Berita (*deklaratif*), (2) Wujud bahasa yang berupa pertanyaan (*introgatif*) dan (3) Wujud bahasa yang berupa perintah atau (*imperatif*).

**a. Klasifikasi Wujud Bahasa Iklan Kampanye Partai Hanura Tahun 2012/2013**

No	Klasifikasi Data	Jumlah Data
1.	Wujud Bahasa yang isinya bersifat pernyataan (Deklaratif)	Di temukan 15 data
2.	Wujud Bahasa yang Isinya bersifat Pertanyaan (Interogatif)	Di temukan 3 data
3.	Wujud Bahasa yang Isinya bersifat Perintah ( imperatif)	Di temukan 12 data
	Jumlah Keseluruhan Data	30 Data

#### a) Wujud Bahasa yang isinya Bersifat Pernyataan atau Deklaratif

Kalimat berita adalah kalimat yang berfungsi untuk memberitahukan sesuatu atau hal yang dinyatakan dalam sebuah kalimat. Wujud deklaratif dalam suatu bahasa mengandung maksud memberitakan sesuatu kepada si mitra tutur. Sesuatu yang diberitakan kepada mitra tutur itu, lazimnya merupakan pengungkapan suatu peristiwa atau suatu kejadian. Wujud deklaratif dalam bahasa Indonesia dapat merupakan tuturan langsung dan dapat pula merupakan tuturan tidak langsung.

- (1) Partai hanura partai masa depan, pro perubahan, yang reponsif,terdepan membela kepentingan rakyat. “suara rakyat,suara hanura.

Tuturan data (1) merupakan tindak tutur langsung yang menggunakan modus atau kalimat berita. Kalimat berita dalam tuturan (1) ditandai dengan **“partai Hanura partai masa depan,pro perubahan,yang responsive terdepan membela kepentingan rakyat”**. Tuturan di sampaikan oleh pengiklan bermaksud memberikan informasi kepada masyakat khalayak ramai, bahwasannya partai Hanura merupakan partai masa depan dan mengedepankan kepentingan rakyat.

- (2) Kemiskinan harus dihentikan, WIRANTO, saya bersumpah dan mewakafkan sisa hidup ini untuk ikut menyejahterakan rakyat Indonesia.

Tuturan data (2) merupakan tindak tutur tidak langsung yang menggunakan modus atau berupa kalimat berita. Kalimat berita dalam tuturan data (2) ditandai dengan kalimat **“Saya bersumpah dan mewakafkan sisa hidup ini untuk ikut menyejahterakan rakyat Indonesia”**. Tuturan ini di sampaikan oleh Wiranto di sebuah Iklan baliho yang di tujuan kepada rakyat.

Bahwa ia telah bersumpah dan akan mewakafkan sebagian hidupnya untuk menyejahterakan rakyat dan memberantas kemiskinan yang telah melanda Negara Indonesia sekarang ini.

(3) Hanura tak kan khianat, hidup mati bersama rakyat.

Tuturan (3) merupakan tuturan kalimat tidak langsung yang menggunakan modus atau dalam bentuk kalimat berita. Kalimat berita dalam tuturan (3) ditandai dengan kalimat, ***“Hanura tak kan khianat, hidup mati bersama rakyat”***, memberitahukan kepada rakyat bahwasan nya Partai Hanura tak akan berkhianat, dan akan berjuang hidup mati bersama rakyat Indonesia.

#### **b) Wujud Bahasa yang Isinya bersifat Pertanyaan atau Interogatif**

Kalimat interogatif yang mengandung maksud menanyakan sesuatu kepada si mitra tutur. Dengan perkataan lain, apabila seorang penutur bermaksud mengetahui jawaban terhadap suatu hal atau suatu keadaan, penutur akan bertutur dengan menggunakan kalimat interogatif kepada si mitra tutur.

(4) Piye kabare? Ijeh penak jaman ku tho. Iki jamane wong cilik nyuarano ati ne.

Tuturan (16) adalah tindak tutur tidak langsung yang menggunakan modus kalimat tanya. Tuturan di atas mengandung maksud untuk menanyakan secara tidak langsung kepada masyarakat di sekitar apa yang terjadi dengan pemerintahan di jaman sekarang dan secara tidak langsung membandingkan dengan pemerintahan jaman dulu dengan memasang sebuah photo mantan presiden di pemerintahan jaman dulu. Kalimat data (16) yang mengandung kalimat pertanyaan pada data iklan ***“Piye kabare?”***

*Ijeh penak jaman ku tho? Iki jamane wong cilik nyuarakno ati ne.”*

(5) 2009 krisis di depan mata, kenapa harus takut? Begitulah kata Wiranto. Beragam krisis telah menempanya menjadi sosok yang tangguh tak tergoda kekuasaan, menomersatukan kedaulatan. Kini hati nuraninya kemvali terpanggil, Ayo bekerja dengan hati bersama Hanura.

Tuturan (18) adalah tindak tutur tidak langsung yang menggunakan modus kalimat tanya. Tuturan di atas mengandung maksud untuk menayakan secara tidak langsung mengenai sesuatu krisis yang terjadi di Negara Indonesia. Wiranto memberikan pertanyaan sekaligus meyakinkan kepada masyarakat agar tidak perlu takut dengan krisis yang sudah jelas di depan mata. Dan mengajak masyarakat untuk bekerja dengan hati bersama Partai Hanura. Kalimat data (18) yang menjelaskan mengenai pertanyaan dalam iklan “*2009 krisis di depan mata, kenapa harus takut?* Begitulah kata Wiranto. Beragam krisis telah menempanya menjadi sosok yang tangguh tak tergoda kekuasaan, menomersatukan kedaulatan. Kini hati nuraninya kemvali terpanggil, Ayo bekerja dengan hati bersama Hanura.

### c) **Wujud Bahasa yang Isinya bersifat Perintah atau imperatif**

Wujud imperatif mengandung maksud memerintah atau meminta agar mitra tutur melakukan suatu sebagaimana diinginkan si penutur. Wujud imperatif ini dapat berupa suruhan, untuk melakukan sesuatu sampai dengan larangan untuk melakukan sesuatu sampai dengan larangan untuk melakukan sesuatu. Secara singkat, wujud imperatif dalam bahasa Indonesia dapat diklaifikasikan secara formal menjadi lima macam, yakni (1) imperatif yang mengandung makna perintah, (2) imperatif yang

mengandung makna suruhan, (3) imperatif yang mengandung makna permintaan, (4) imperatif yang mengandung makna permohonan, (5) imperatif yang mengandung makna desakan, (6) imperatif yang mengandung makna bujukan, (7) imperatif yang mengandung makna imbuhan dan (8) imperatif yang mengandung makna ajakan.

(6) Mudik gratis bersama, Win-Ht bersih peduli tegas. Hanura.

Tuturan data (19) merupakan tindak tutur langsung dengan menggunakan modus kalimat perintah. Kalimat perintah dalam tuturan (19) ditandai dengan kalimat “***Mudik gratis bersama, Win-Ht bersih peduli tegas.*** Hanura. Yang dinyatakan pengiklanan data (19) dalam tuturannya adalah sebuah perintah agar orang atau khalayak atau masyarakat semua untuk pulang kampung atau bisa di sebut dengan istilah mudik menggunakan jasa yang di sediakan oleh partai hanura, dengan maksud agar para perantau yang akan pulang kampung memilih partai hanura untuk menjadi presiden Indonesia nanti nya.

(7) Yang terbaik untuk papua coblos no.8 Hanura. Saatnya hati nurani berbicara.

Tuturan (20) merupakan tindak tutur langsung yang menggunakan modus atau kalimat perintah. Kalimat perintah dalam tuturan (20) ditandai dengan kalimat “***Yang terbaik untuk papua coblos no.8 Hanura.*** Saatnya hati nurani berbicara. Yang dinyatakan pada pengiklanan (20) adalah perintah agar orang/ khalayak atau masyarakat sekitar agar mereka mencoblos nomer 8 demi kebaikan masyarakat papua yang lebih maju. ikut bergabung bersama dengan partai hanura. Perintah pengiklanan (20) tersebut sesuai dengan apa yang terkandung dalam kalimat yang dituturkan yaitu coblos no 8 Hanura. Kalimat ini mengajak khalayak atau

masyarakat untuk bergabung dengan dengan partai hanura dengan hati nurani yang berbicara.

(8) Hanura, Majulah kaum wanita Indonesia, pilih Nussy bukan Messy!

Tuturan data (21) adalah tindak tutur langsung yang menggunakan modus atau kalimat ajakan. Kalimat ajakan dalam tuturan (21) ditandai dengan kalimat “Hanura, Majulah kaum wanita Indonesia, pilih nussy bukan messy!”. Yang dinyatakan pengiklanan (21) adalah sebuah ajakan agar orang atau khalayak/rakyat memilih sang pengiklan dalam pemilihan calon anggota dewan di daerah tersebut. Perintah pengiklanan (21) tersebut sesuai dengan apa yang terkandung pada kalimat yang dituturkan **“pilih nussy bukan messy”**. Konteks tuturan tersebut bertujuan untuk memberikan informasi tentang kaum wanita Indonesia agar lebih maju dengan memilih beliau sebagai calon anggota dewan di daerah setempat. Dengan membandingkan nama seorang pemain bola dunia terkenal (laki-laki) bernama messy.

(9) Korupsi telah hancurkan bangsa ini, kita harus tegas memberantas! Selamat hari anti korupsi.

Tuturan data (22) adalah tindak tutur langsung yang menggunakan modus atau kalimat harapan. Kalimat harapan dalam tuturan (22) ditandai dengan kalimat **“kita harus tegas memberantas”**. Yang dinyatakan pengiklanan (22) adalah sebuah harapan agar orang atau khalayak atau rakyat semua untuk memilih pengiklan dan mengajak bersama sama memberantas korupsi di Negara ini. Harapan pengiklanan (22) tersebut sesuai dengan apa yang terkandung pada kalimat “kita harus tegas memberantas”.. Konteks yang dituturkan pengiklanan tersebut bertujuan agar

harapannya bisa terwujud dan partai hanura bisa menang untuk menuju Indonesia yang bebas dari korupsi.

## **2. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Bahasa Iklan Kampanye Partai Hanura 2012/2013.**

Peranan bahasa dalam manusia sangat besar sekali. Hampir dalam semua kegiatan, manusia memerlukan bantuan bahasa. Baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam kehidupan khusus seperti kesenian dan ilmu. Bahasa merupakan sarana yang tidak dapat ditinggalkan. Dalam kehidupan sehari-hari seperti di rumah, dipasar atau ditempat hiburan yang selalu dipergunakan orang. Salah satu sistem isyarat yang paling penting bagi manusia tak lain bahasa itu sendiri. Dalam bahasa isyarat terdiri dari pengelompokan sesuatu yang memiliki makna. Suara- suara dikombinasikan ke dalam frasa- frasa, klausa- klausa dan kalimat- kalimat yang ditunjukkan suatu obyek.

### **1) Faktor budaya**

Budaya adalah pikiran, akal budi yang di dalamnya juga termasuk adat istiadat (KBBI). Dengan demikian budaya dapat diartikan sebagai sesuatu yang dihasilkan dari pikiran atau pemikiran seseorang. Ada ahli yang menyebutkan bahwa bahasa dan pikiran memiliki hubungan timbal-balik yang dapat dipahami bahwa pikiran yang dimaksudkan sebagai sebuah perwujudan kebudayaan. Setelah para ahli sepakat semuanya menyatakan bahwa bahasa adalah “alat” dalam berkomunikasi. Sebagai alat tentunya ada yang menggunakan alat tersebut sehingga ia dapat dimanfaatkan yang sebagai komunikasi. Dalam hal ini pengguna atau pemanfaat bahasa adalah manusia dan selanjutnya disebut sebuah penutur. Orang atau manusia yang mendengar atau yang menjadi lawan penutur disebut sebagai dengan “lawan tutur” atau

“pendengar” atau “lawan bicara”. Dalam interaksi antara penutur dan lawan tutur inilah timbul beberapa perilaku yang berdasarkan pemikiran masing- masing sehingga lahirnya kebiasaan atau budaya. Budaya dan kebiasaan ini akan berbeda tergantung siapa dan dimana bahasa atau pengguna bahasa itu berbeda.

## 2) Faktor social

Dalam masyarakat yang multilingual, pemilihan akan menggunakan bahasa yang berbeda, seperti style atau gaya bahasa. Misalnya pada anak- anak umumnya pertama- tama akan mempelajari bahasa pertama mereka bahasa ibu, lalu ditambahkan dengan bahasa lain karena satu dan lain hal. Sebutlah pemerolehan itu karena pendidikan, dan untuk dapat berkomunikasi dengan lingkup masyarakat atau dominan yang berada dalam komunitasnya. Peralihan kode (bahasa) ini terlihat jelas dalam masyarakat multilingual, karena inilah menjadi pembeda bahasa.

Mengembangkan “style” yang lebih luas dalam komunitas barunya. Contoh lainnya, anak- anak orang Batak yang berada di Jakarta, sejauh pengamatan saya banyak mengalami kendala dalam berbahasa Batak artinya tidak sebatas pada pemahaman saja tetapi selayaknya dapat pula bercakap- cakap. Bagaimana “*language shift*” ini berubah secara cepat dipengaruhi oleh banyak faktor. Faktor status sangat berperan dengan jarak sosial yang merujuk kepada kedekatan kognitif dan efektif dari dua budaya yang bertemu di dalam diri seseorang. Maka ia harus memiliki standar berbahasa yang berlaku pada satu komunitas yang dianggapnya lebih tinggi agar dia bisa masuk pada lingkup baru dimaksud. Bahasa daerah memang tersirat pada umumnya berbeda dengan bahasa yang dianggap standar yang tersurat, karena status ini pun



mengharuskan seseorang untuk mau tidak mau memaksa kompetensi sosiolinguistiknya harus dikembangkan.

### 3) Faktor agama

Bahasa merupakan salah satu alat komunikasi yang paling sering digunakan. Dengan bahasa, kita dapat memahami sesuatu, mempelajari sesuatu. Demikian pula dalam mempelajari agama, kita mengetahui apa itu agama, seluk beluk agama, aturan-aturan dalam agama dan segala sesuatu yang berhubungan dengan agama dapat juga kita pelajari dengan menggunakan bahasa. Misalnya agama Islam, kita tidak bisa memahami apa yang diterangkan dalam ajarannya apabila kita tidak mengerti bahasa. Agama Islam diturunkan di tanah Arab dengan menggunakan bahasa Arab, namun berkat jasa-jasa orang yang mengerti bahasa Arab, kita yang hidup di jaman sekarang bisa memahami tentang apa yang diajarkan dalam agama Islam itu. Jadi hubungan antara bahasa dan agama adalah dengan menggunakan bahasa kita yang dapat memahami agama atau agama tidak dapat dipahami tanpa adanya bahasa.

### 4) Faktor politik

Bahasa merupakan kekuasaan (*language is power*) dan sangat berperan dalam mencapai tujuan Nasional maupun Internasional dalam suatu negara. Bahasa dapat membentuk suatu ikatan sosial melalui interaksi dan proses saling mempengaruhi penggunaannya. Yang disebutkan pula bahwa penyebaran bahasa di dunia ini menunjukkan bahwa bangsa tersebut telah menguasai dunia. Terkait dengan bahasa Indonesia, pada jaman penjajahan Jepang, pengajaran segala orang dan tenaga dari bangsa Indonesia dalam sebuah peperangan, membuat bangsa Jepang menggunakan

bahasa Indonesia untuk propaganda guna mencapai tujuan dengan cepat.

Dengan menyisihkan bahasa daerah, penggunaan bahasa Indonesia mencapai masyarakat sampai ke pelosok desa-desa yang ada di pegunungan dan pulau-pulau terpencil. Bahasa juga merupakan sarana komunikasi budaya yang penting karena menggambarkan kebudayaan pemakai bahasa tersebut dan membudayakannya melalui penggunaannya. Apapun tradisi, apapun kreasi, apapun hasil kebudayaan yang kita miliki, dapat segera pindah dan berganti kecuali satu yaitu bahasa. Bahasa memiliki durasi yang jauh lebih panjang bila dibandingkan dengan produk-produk peradaban lainnya. Dengan bahasalah, suatu bangsa mengemukakan seluruh harapan, obsesi atau mimpi, kenyataan, ketakutan, maupun protes-protesnya dalam kehidupan, sehingga bahasa menjadi vital dalam kehidupan kita. Bahkan kini menjadi senjata karena kita dapat menentukan bahkan menguasai seseorang atau sebuah bangsa, hanya dengan berkomunikasi melalui bahasa.

Karakter bahasa politik Indonesia modern lahir dari kenyataan tak terelakan bahwa ia adalah ahli waris dari tiga bahasa yang berbeda dan dua tradisi budaya linguistik yang berbeda pula. Tiga bahasa tersebut Belanda, Jawa dan Melayu revolusioner, sedangkan tradisinya Belanda Barat dan Jawa. Dalam berpolitik, tokoh-tokoh politik mempergunakan dan mendayagunakan bahasa bukan saja untuk menyatakan ide, pendapat atau pikirannya, tetapi juga menyembunyikan pikiran yang mengandung kepentingan-kepentingan yang harus dipertahankan. Namun demikian dalam pelaksanaannya dapat saja berbeda antara rezim pemerintahan atau antar tokoh politik tertentu.

## **D. Simpulan dan Saran**

### **1. Simpulan**

Berdasarkan karakteristik pemakaian bahasa dalam spanduk iklan kampanye Partai Hanura tahun 2012/2013, dapat ditemukan tiga jenis karakteristik wujud bahasa iklan pada kampanye Partai Hanura. Ketiga wujud bahasa ini adalah wujud bahasa yang berupa pernyataan atau kalimat berita (*deklaratif*), wujud bahasa yang berupa pertanyaan atau (*introgratif*) dan wujud bahasa yang berupa perintah atau (*imperatif*).

- a) Pada penelitian ini terdapat 30 data yang diperoleh, dari tiga puluh data tuturan kampanye Partai Hanura pada tahun 2012/2013, wujud bahasa yang paling banyak ditemukan yaitu wujud bahasa yang berupa pernyataan (*deklaratif*) sebanyak 15 data. Sedangkan untuk data dengan tuturan yang berupa kalimat perintah (*imperative*) di temukan sebanyak 12 data. sedangkan yang paling sedikit ditemukan wujud bahasa yang berupa pertanyaan (*introgratif*) sebanyak 3 data.
- b) Sedangkan factor-faktor yang mempengaruhi bahasa iklan Partai Hanura Tahun 2012/2013 di temukan 4 faktor di antaranya, (1) faktor Budaya, (2) faktor social, (3) faktor Agama, (4) faktor Politik.

### **2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini, terdapat saran yang dapat menjadi perhatian pokok yang langsung atau tidak langsung terkait dengan penelitian ini.

- a. Penelitian yang dihasilkan penulis pada analisis “Karakteristik Pemakaian Bahasa Dalam Spanduk Iklan Kampanye Partai Hanura 2012/2013” masih sangatlah jauh dari sempurna, belum maksimal dan masih membutuhkan penelitian yang lebih luas lagi.

- b. Bagi peneliti mendatang, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk mengembangkan penelitian yang sejenis agar lebih luas dan dapat disajikan secara lebih mendalam lagi.
- c. Bagi guru bahasa Indonesia dapat mengajarkan karakteristik wujud bahasa yang terdapat pada sebuah iklan partai politik, juga dapat dijadikan tambahan pembelajaran bahasa Indonesia guna menambah pengetahuan siswa mengenai karakteristik wujud bahasa yang digunakan oleh para pengiklan partai politik.

#### **E. Daftar Pustaka**

- Chaer, Abdul. 2006. *Tata Bahasa Praktis Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Moleong, Lexi J. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Sudaryanto.1993. *Metode dan Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sutopo, H.B. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori dan Aplikasinya dalam Penelitian*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.